

**PLAN DE MERCADEO PARA LA APERTURA Y EL POSICIONAMIENTO DE LA  
EMPRESA**

**(FULL POOL)**

**MAIKOR TULIO ALTAMAR DE HOYOS  
CINDY PAOLA VERGARA FERREIRA**



**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC  
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO  
BARRANQUILLA  
2013**

**PLAN DE MERCADEO PARA LA APERTURA Y EL POSICIONAMIENTO DE LA DE  
LA EMPRESA  
(FULL POOL)**

**MAIKOR TULIO ALTAMAR DE HOYOS  
CINDY PAOLA VERGARA FERREIRA**

**Proyecto de grado para optar el título de Especialista en Mercadeo.**

**Asesor:  
ANUAR IVAN VARGAS MARIA**

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC  
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO  
BARRANQUILLA  
2013**

**NOTA DE ACEPTACIÓN:**

---

---

---

---

---

PRESIDENTE DEL JURADO

---

JURADO

---

JURADO

Barranquilla, Octubre de 2013

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado al esfuerzo y sacrificio que hicieron mis padres antes de partir a los cielos para inculcar valores importante en mi vida que generan todas las buenas cualidades que necesita un ser para salir adelante, a mi esposa por invitarme a prepararme en la universidad, apoyarme incondicionalmente para llegar a ser lo que hoy estoy logrando, a mi hijo por ser ese motor tan chiquito pero a la vez tan fuerte que revoluciona mi vida y me da fuerza cuando más las necesito, a Dios por todo lo que ha permitido en mi vida, por hacerme entender que es mejor esperar que el decida y te de lo que él cree que es bueno para ti y no siempre pedir lo que uno cree que es bueno para nosotros.

A mi compañera Cindy Vergara que dedico tiempo, actitud y sus conocimientos para este proyecto, a los asesores de la Universidad de la Costa Anuar Vargas por su profesionalismo y excelente manejo durante este proceso, a todos los docentes que nos enseñaron en cada modulo los importante que es el marketing en toda nuestra vida, a nuestra coordinadora de post – grado que nos brindo mucho apoyo dándonos las personas idóneas para sacar adelante este proyecto.

**MAIKOR ALTAMAR**

## **DEDICATORIA**

El autor dedica a Dios todo poderoso, quien está a mi lado a cada instante, por ser el dador de nuestras vidas e inteligencia y es quien nos conduce hacia el futuro.

Este proyecto lo dedico a mis padres que son ejemplo en mi vida de amor, esfuerzos y sacrificios me han apoyado a salir adelante.

A mis hermanos que han contribuido con su orientación para hacer posible mis sueños siendo compañía en todo lo que me propongo.

Mis amigos y compañeros de especialización en especial a Maikor Altamar siendo fuente de mucha experiencia y conocimiento fue muy constructivo lo que aprendí en esta oportunidad de crecer profesionalmente.

A los docentes de la Universidad de la Costa quienes nos brindaron importantes conocimientos, sugerencias y orientaciones, que permitieron terminar satisfactoriamente nuestro proyecto siendo dirigidos por nuestra coordinadora de Post-gradados Ana María Echeverría.

**CINDY VERGARA**

## RESUMEN

En este trabajo de grado se diseña un Plan de Mercadeo donde su estrategia fundamental es apertura y el posicionamiento de la empresa FULL POOL en el mercado de las piscinas de Barranquilla. El objetivo es Crear una nueva forma de negocio de piscinas en Colombia aplicando mas tecnología con un local innovador e interactivo y más competitivo, creando un ambiente agradable con sensación de descanso y mostrando las nuevas tendencias internacionales en diseños y construcción de piscinas, productos químicos accesorios y equipos a través de diferentes métodos, con salas de ventas, por tele mercadeo, venta externa y por medio de una página web para que los clientes tengan permanentemente la disponibilidad de nuestros productos y servicios desde la red de internet a nivel mundial con el fin de llegar a la excelencia con respuestas más eficientes, exactas, y generar una mayor productividad.

La apertura de FULL POOL en el mercado de las piscinas marcara la diferencia porque se va a tener en cuenta muchos factores que no tiene ninguna empresa actual en Barranquilla y será más al estilo de vida del cliente objetivo.

Estará ubicado estratégicamente en el nicho donde se encuentran la mayoría de las piscinas de la ciudad, donde hay más trafico de clientes, mejor tránsito vehicular en el norte de la ciudad, cerca o en plena vía al mar y sector turístico.

**FULL POOL** tendrá un diseño muy limpio, fresco con estilo y a la altura de nuestros clientes, donde el servicio al cliente será una cualidad especial de nuestros empleados, quienes estarán plenamente capacitados para atender cualquier necesidad, nuestros empleados serán personas jóvenes, emprendedores, motivadores, con carisma y buena vocación de servicio, la idea fundamental es involucrar más nuestros clientes que las

piscinas hacen parte del estilo, diseño y moda en su hogar, esto a su vez involucrara más a las mujeres a tomar decisiones en sus diseños y FULL POOL tendrá el personal idóneo para asesorar a este tipo de cliente con todas las novedades de las piscinas a nivel mundial.

**Palabras claves:** Posicionamiento, Competitividad, Productividad, Estrategia

## **ABSTRACT**

In this paper grade designing marketing plan which is opening its core strategy and positioning of the company's market POOL FULL pools Barranquilla. The goal is to create a new form of business in Colombia pools applying more innovative local technology with interactive and more competitive, creating a pleasant atmosphere with a feeling of rest and showing international trends in design and construction of swimming pools , chemicals accessories and equipment through different methods , consisting of sales, telemarketing , outside sales , and via a website so that customers have permanently the availability of our products and services from Internet network worldwide in order to achieve excellence with more efficient responses , accurate , and greater productivity .

POOL FULL Opening market pools mark the difference because it will take into account many factors that has no current employer in Ottawa and will be more in the style of life of the target customer.

It will be located strategically in the niche where you will find most of the pools in the city, where there are more customer traffic, vehicular traffic better in the north of the city, near or in full via the sea and tourism sector.

FULL POOL will have a very clean , fresh style and the height of our customers , where customer service will be a special quality of our employees, who are fully trained to meet any need , our employees are young, enterprising , motivators , with charisma and great dedication to service, the basic idea is to involve our customers that the pools are part of the style, design and fashion in your home, this in turn involve more women to make choices in their designs and have FULL POOL qualified personnel to advise such a client with all the news from the global pool .



**Keywords:** Positioning, Competitiveness, Productivity, Strategy

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1.INTRODUCCION.....	12
2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
2.1 Antecedentes del Problema.....	14
2.2 Descripción del Problema.....	14
2.3 Formulación y Sistematización del Problema .....	15
3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	17
4 OBJETIVOS .....	18
4.1 General.....	18
4.2 Específicos .....	18
5. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.....	19
6. MARCO DE REFERENCIA.....	20
6.1 Teórico.....	20
6.2 Marco Histórico.....	23
6.2.1 Historia de las Piscinas.....	23
7. ASPECTOS METODOLOGICOS.....	24
7.1 Tipo de Investigación.....	24
7.2 Método.....	24
7.3 Población y Muestra .....	24
7.4 Técnicas / Instrumentos:.....	25
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	28

9. PLAN DE MARKETING.....	29
10. MARKETING MIX.....	46
11. GLOSARIO DE TÉRMINOS SOBRE MARKETING Y VENTAS.....	68
12. BIBLIOGRAFÍA.....	71

## ANEXOS

## **1. INTRODUCCION**

En una época de globalización y alta competitividad de productos y servicios, como lo es el en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de las técnicas y herramientas, por tal motivo se hará un buen estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como, análisis de la competencia, estrategias de precios y distribución, publicidad, entre otros.

Para realizar éste Plan de Marketing en el mercado de las piscinas en la ciudad de Barranquilla presentamos las fases de un estudio de mercado que abordaremos con amplitud apoyados de herramientas de mercado, es decir, mediante sondeos de opinión como son las encuestas, utilizadas para recopilar información valiosa y necesaria a la hora de la toma de decisión.

Las empresas de piscinas en ciudades como Miami, Dubái, Cancún, Hawái, entre otras son algo más que un negocio de comercialización de productos para piscinas, son un estilo de vida, un espacio donde puedes diseñar tu propio estilo, es más moda, más nivel y status.

Para cualquier inversionista Barranquilla actualmente es una ciudad muy tentadora a la hora de abrir nuevos negocios, es un paso al éxito a un mercado donde llegara gente de muchas partes del mundo por las proyecciones turísticas, industriales y de comercio internacional.

Barranquilla en 10 años su calidad de vida será muy alta y vivirán personas de alto nivel que querrán tener un espacio fresco, libre y sin preocupaciones, donde podrán construir una zona de confort de calma o de recreación y juegos con una piscina a su estilo.

Es por eso que hemos decidido crear una empresa que le brinde todo lo que necesite este tipo de cliente a un nivel con más estilo y status, pues consideramos que FULL POOL puede ser un negocio atractivo.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 Antecedentes del Problema**

La prestación de servicios en el campo de las piscinas en general ha pasado a lo largo de la historia por diferentes ramas profesionales.

Las piscinas se han convertido en unas de las inversiones más asediadas por las personas, hasta tal punto que se ha vuelto una estrategia de marketing en muchos lugares como colegios, conjuntos residenciales, casas campestres, centro recreacionales, hoteles, entre otros.

Cada día tenemos más piscinas, es decir tenemos más clientes que necesitan de nuestros productos y servicios ya que son fundamentales para el mantenimiento de las mismas.

### **2.2 Descripción del Problema**

En las investigaciones de mercado efectuadas nos dimos cuenta claramente que actualmente tenemos una gran ventaja competitiva con más características y beneficios para los clientes, lo que nos permitió crear rápidamente esta idea de negocio para ser pioneros en el mercado de las piscinas en Barranquilla y obtener posicionamiento con esta importante estrategia diferenciadora.

Nuestro proyecto sería la solución para todos estos clientes, brindaremos un espacio agradable, acorde al mercado y con diferentes alternativas de compra, acompañado de nuevas ideas.

Una de nuestra estrategia de marketing pretende facilitarle al cliente el dominio de estos servicios y disminuirle costos, gastos y hasta su tiempo.

Colombia es un país que se ha caracterizado por tener necesidades tecnológicas en muchas ramas, en la prestación de servicios tecnológicos Colombia atraviesa por unos de sus mejores momentos con un gran apoyo del gobierno nacional y de alianzas estratégicas internacionales que han permitido fortalecer ideas de negocio y la expansión de nuestras culturas.

Hoy en día nos damos cuenta claramente que grandes organizaciones utilizan sistemas y tecnologías muy avanzadas que hacen parte de una gran inversión pero de excelente utilidades por su exactitud y su combinación de velocidad y tiempo.

En consecuencia queremos facilitar y brindarle al cliente otras formas de solicitar sus productos y servicios, como diseñando un espacio donde el mismo cree su piscina virtualmente bajo la asesoría de un experto, creando una página donde pueda montar sus pedidos o hacerle seguimiento a la obra que le estamos realizando bajo una galería de fotos, mostrándoles videos y fotos en diapositivas en televisores con alta resolución.

### **2.3 Formulación y Sistematización del Problema**

**Formulación:** ¿Qué táctica de acción tendría que realizar FULL POOL para su apertura y posicionar su marca en el mercado de las piscinas en Barranquilla?

**Sistematización:** La creación de nuevas estrategias de mercadeo y ventas ¿Permitirá que FULL POOL sea un negocio rentable?

Es un negocio rentable si se implementan todas las ideas que lleva el proyecto en especial la ubicación y la calidad en su diseño e infraestructura, este tipo de cliente en la ciudad de Barranquilla son bastante exigentes y le gusta las cosas buenas. La estrategia en general marcan la diferencia en relación con otras empresas de la ciudad de Barranquilla que se han quedado en un estilo primitivo y de bajo nivel.



### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

En nuestro país, más específicamente en la costa tendremos una ventaja muy competitiva para ofrecer los servicios y productos de la manera que estamos planteando, todos sin excepción manejan un esquema retrogrado que no va a la vanguardia, son locales con poca iluminación, ocultos, antiguos, sin tecnología, sin un buen servicio.

El cliente de hoy en día es más exigente y cada vez tiene más criterios para adquirir ciertos tipos de productos y servicios, es por esto que queremos brindarles diferentes alternativas para satisfacer sus necesidades.

Actualmente se requieren sistemas más prácticos y tecnológicos que respondan y superen las expectativas de los clientes, por eso que hemos determinado que es necesario introducir un nuevo escenario más atractivo al cliente objetivo.

Nuestro plan de negocios consiste en colocar personal joven dinámico con ideas frescas con capacidad de generar diseños innovadores, de presentar al cliente todas las alternativas para llegar a sus deseos, implementaremos un software de fácil manejo para que el mismo cliente tenga la capacidad de diseñar su piscina a su manera.

Este proyecto brindara más alternativas de empleos directos e indirectos que contribuyen a la economía de nuestra ciudad y de nuestro país, además de los desarrollos que FULL POOL generara por ser una empresa que diseña y construye piscinas, dándole estilo a la ciudad con nuevas áreas de recreación y descanso que embellecerán nuestro suelo.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 General**

Crear una nueva forma de negocio para las piscinas con status en Barranquilla aplicando tecnología con un local innovador e interactivo, con un ambiente agradable y sensación de descanso, mostrando las nuevas tendencias internacionales en diseños y construcción de piscinas, productos químicos, accesorios y equipos a través de diferentes métodos

### **4.2 Específicos**

- Crear un concepto diferente de la venta de productos y servicios de piscinas con el fin de ser diferenciadores en el mercado
- Satisfacer al cliente en sus requerimientos en aspecto de calidad y servicio, contrataremos personal idóneo y a la altura de sus exigencias.
- Ofrecer mejores tiempos de entrega de nuestros productos, ya que mantendremos un stock en bodega y salas de venta con entrega inmediata, servicio a domicilio y venta directa en sus residencias
- Ofrecer la atención inmediata a los clientes en sus requerimientos, a través de la pagina web, estaremos en completo contacto

## **5. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO**

Se realiza una investigación del mercado de las piscinas en la ciudad de Barranquilla en general y basándonos en los antecedentes del mercado más mi experiencia y conocimiento del mismo de más de 10 años, con el fin de encontrar una estrategia que permita la apertura y posicionamiento de FULL POLL en la ciudad.

## **6. MARCO DE REFERENCIA**

### **6.1 Teórico**

Las piscinas son utilizadas mundialmente, en su mayoría, con el objetivo de lograr ocio, relax o entretenimiento; pero esto no quiere decir que no puedan ser utilizadas con otros fines; los natatorios también se relacionan con el deporte y es de allí de donde provienen las piscinas olímpicas y semi – olímpicas, además para procesos bautismales de diferentes religiones, entre otros.

Últimamente utilizan las piscinas como táctica para atraer clientes en ciudades muy turísticas, en edificios y conjuntos residenciales, centro recreacionales, hoteles, spa y hasta para fines medicinales en centros de terapia y recuperación física.

Las piscinas debe tener unos parámetros adecuados para mantenerse, a continuación le presentamos el procedimiento básico para mantener una piscina:

#### **PASO 1 (Aplicación de químicos)**

Aplicación diaria de cloro granulado en horas de la noche dosis recomendada o al bajar el sol “5 gramos x metro cubico”

Cuando hay presencia de muchos bañistas en el día o lluvias se aplica doble dosis recomendada de cloro granulado

#### **PASO 2 (Limpieza)**

A primera hora de la mañana 7:30 – 8:00 am se utiliza la nasa o malla para sacar los residuos encontrados en la superficie de la piscina.

### **PASÓ 3** (Proceso de aspiración)

Antes de mover la válvula multiport deben estar apagados los equipos

Se aseguran de tener las llaves de los equipos antes de encenderlos en su debido lugar, Válvula de multiport en FILTER, cerrar llaves de rejilla de fondo y desnatadora y abrir inyección y aspiración.

Conectar aspiradora con el carrito y su tubo respectivo ingresando a la piscina el carrito muy lentamente para no revolver el agua, posteriormente llenar con agua la manguera para no perder presión y sin sacarla del agua la conectan al agujero de aspiración y por ultimo prender los equipos.

*LA ASPIRACION DEBE SER LENTA PARA NO REVOLVER LA PISCINA Y DE ARRIBA HACIA ABAJO.*

Después de cada aspiración es recomendable lavar la arena del filtro con los siguientes pasos:

- Apagar los equipos
- Colocar la válvula multiport en retro lavado
- Prender los equipos por 1 minuto
- Apagar los equipos
- Colocar la válvula multiport en rinse o enjuague
- Prender los equipos por 1 minuto
- Apagar y colocar la válvula multiport en filtrar para seguir con el próximo paso

### **PASÓ 3** (Proceso de filtración)

- Apagar los equipos, abrir todas las llaves de los tubos (rejilla de fondo, inyección, aspiradora y desnatadora) y deje filtrar la piscina mínimo 6 horas diarias y máximo 8 horas.
- Cuando hay presencia de bañistas después de 6 horas de filtración es recomendable volver a prender los equipos para darle filtración a los fluidos dejados en el agua por los bañistas. (2 Horas).
- Diariamente hay que medir el PH de la piscina para llevar un control y mantener estabilizada la piscina, recuerden que el parámetro ideal del PH en la piscina debe ser entre 7.2 y 7.6. PPM
- Si el PH es menos que 7.2 aplicar pequeñas porciones de soda cáustica hasta llegar al ideal.
- Si el PH es mayor al 7.6 aplicar ácido nítrico o muriático en pequeñas cantidades hasta llegar al ideal.

#### **PASO 4**

Aplicar algicida líquido color azul medio galón en un balde con agua revolver alrededor de toda la piscina, este procedimiento debe hacerse semanalmente para prevenir algas y mohos (verdín).

Si usted tiene en cuenta este procedimiento preventivo en su piscina evita sobre costos en trabajos correctivos que normalmente salen más costosos y a la vez obtiene más calidad de vida por su buen tratamiento evitando contagios e infecciones entre los bañistas.

## **6.2 Marco Histórico**

### **6.2.1 Historia de las Piscinas**

No obstante se tiene una definición aceptada por la Real Academia Española, en la cual la palabra piscina quiere decir: un estanque destinado al baño, practicar la natación u otros ejercicios y deportes acuáticos. Hoy en día se cuentan con reminiscencias de ilustraciones que fueron encontradas en los jeroglíficos hallados en el interior de las pirámides de Egipto, donde aparecen algunas construcciones que tienen gran similitud con las piscinas actuales. La primera función dada al termino piscina, se utilizó para nombrar así a los pozos para peces y posteriormente cuando llegó el cristianismo, el termino se otorgó para la pila bautismal. En la actualidad, la palabra piscina posee una Serie de connotaciones positivas, las cuales se asocian a actividades recreativas, relajantes y saludables.

## **7. ASPECTOS METODOLOGICOS**

### **7.1 Tipo de Investigación**

Investigación exploratoria: Su objetivo es examinar o buscar a través del problema o situación para dar una mejor idea o comprensión del mismo, la información necesaria se define en forma muy anticipada

- El proceso de investigación es flexible y no estructurado
- La muestra es pequeña y no representativa
- El análisis de los datos primarios es cualitativo

### **7.2 Método**

Es un método estructural o plano para conducir un proyecto de investigación de mercado. Detalla los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere a fin de estructurar o resolver los problemas de investigación y tomar decisiones importantes en la apertura y posicionamiento de FULL POOL.

### **7.3 Población y Muestra**

Para el desarrollo del proyecto se tuvieron en cuenta las casas con piscinas del norte de Barranquilla, que son aproximadamente 120 casas, tomando una muestra de 30 casas para ser encuestadas. Los encuestados fueron los dueños o piscineros, quienes normalmente tienen el control de compras. Se utilizó una muestra pequeña y suficiente para nuestro mercado objetivo que sería inicialmente las casas con piscinas.



<b>Tamaño del universo</b>	<b>120</b>	
<b>Tamaño de la muestra(N)</b>	<b>30</b>	
<b>Error máximo aceptable (m)</b>	<b>5%</b>	
<b>% estimado de la muestra(p)</b>	<b>10%</b>	<b>90%</b>
<b>Nivel deseado de confianza(t)</b>	<b>95%</b>	

#### 7.4 Técnicas / Instrumentos:

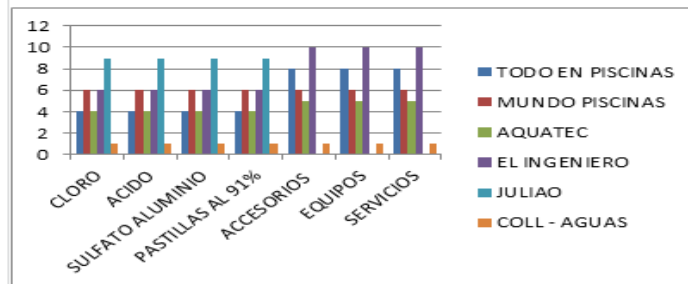
Para la realización de nuestro proyecto de investigación optamos por realizar Encuestas,

**Encuesta:** Realizamos un cuestionario de 5 preguntas cerradas en las cuales nos basamos de acuerdo con los objetivos del proyecto con preguntas que buscan mejorar el servicio para obtener un mejor posicionamiento de FULL POOL en el mercado de las piscinas de Barranquilla

## Gráficos y resultados de las encuestas.

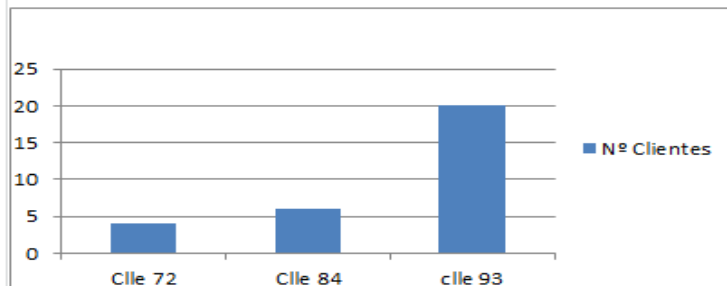
1- ¿De los siguientes productos cuales usted consume y a quien se le compra?

	TODO EN PISCINAS	MUNDO PISCINAS	AQUATEC	EL INGENIERO	JULIAO	COLL - AGUAS
CLORO	4	6	4	6	9	1
ACIDO	4	6	4	6	9	1
SULFATO ALUMINIO	4	6	4	6	9	1
PASTILLAS AL 91%	4	6	4	6	9	1
ACCESORIOS	8	6	5	10	0	1
EQUIPOS	8	6	5	10	0	1
SERVICIOS	8	6	5	10	0	1



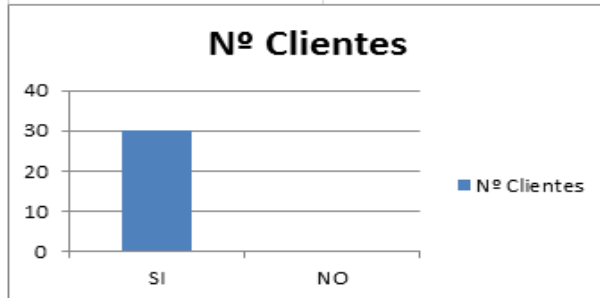
2- Donde le gustaria tener un punto de venta con todo lo relacionado con piscinas?

Respuesta	Nº Clientes
Clle 72	4
Clle 84	6
clle 93	20



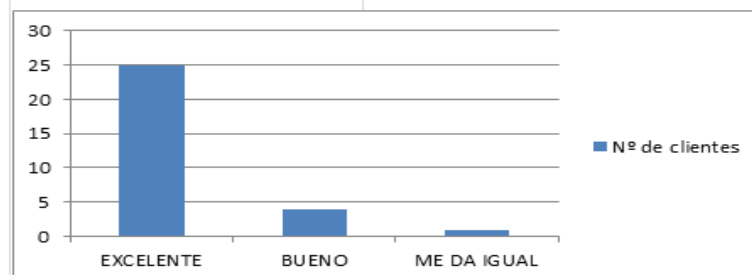
3- Le gustaria tener un punto de ventas de productos y servicios de piscinas con nuevas tendencias tecnologicas?

Respuesta	Nº Clientes
SI	30
NO	0



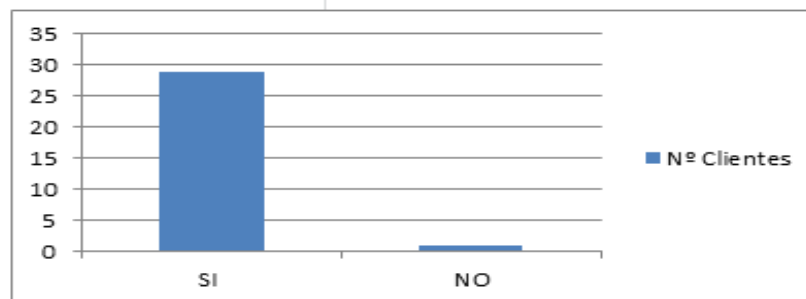
4- Como le pasaria un punto de ventas de productos para piscinas con mas status y nivel social?

Respuesta	Nº de clientes
EXCELENTE	25
BUENO	4
ME DA IGUAL	1



5- te gustaria tener un servicio en su piscina mas completo?

Respuesta	Nº Clientes
SI	29
NO	1



## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A partir de las encuestas realizadas podemos señalar que se puede realizar el proceso de apertura y posicionamiento de FULL POOL en el mercado de las piscinas de Barranquilla a través de un plan de Marketing ya que la mayoría de los sujetos encuestados anhelan un punto de venta con status, cómodo, fresco a su nivel socio económico.

Se recomienda manejar una estrategia comunicativa que permita que el cliente se acerque más a FULL POOL y lo vamos a trabajar en base a la ley 1209 de seguridad en las piscinas y además de los niveles de esterilidad que debe tener para no transmitir enfermedades.

Se tienen que trabajar estrategias especiales de servicios, tendencias y tecnología para mantener los clientes que son muy exigentes en este aspecto.

Se recomienda hacer mucho énfasis en las tácticas aplicadas para generar un nivel de confianza con los clientes, por ejemplo si FULL POOL queda en una muy buena ubicación en el norte de la ciudad, que permita que el cliente lo visite con frecuencia.

Finalmente, se recomienda manejar estrategias comunicativas solidas y precisas que permitan generar en los clientes un ambiente de afectividad en relación con el servicio y el producto que consumen.

## 9. PLAN DE MARKETING

**Empresa:** FULL POOL Expertos en Piscinas

### MISION

Generar valores agregados a nuestros clientes, colaboradores y a la sociedad en general, actuando en el mercado de las piscinas con responsabilidad.

### VISION

Ser en el año 2018 la primera empresa en el mercado de las piscinas en Barranquilla con la proyección de expandirse a nivel nacional en su formato de innovación.

### DIAGNÓSTICO

Análisis de la situación: Factores del Macro ambiente externo

**Demografía:** **Barranquilla**, capital del Departamento del Atlántico, esta ubicada sobre la ribera occidental del Río Magdalena, a pocos kilómetros de la desembocadura del Mar Caribe, en lo que se conoce como Bocas de Ceniza. En 1993 fue erigida constitucionalmente en distrito especial, industrial y portuario. Posee uno de los puertos marítimos y fluviales más importantes y activos de Colombia, además de ser un importante centro comercial, industrial, cultural y universitario de la región Caribe colombiana. De acuerdo con el censo realizado por el DANE en 2005, ajustado a 30 de junio de 2007, la población de *Barranquilla* es de 1.148.506 lo que hace viable que se puedan proponer negocios que satisfagan las necesidades de los clientes. Por ser una ciudad importante en el país se considera viable el posicionamiento de un negocio en el mercado de las piscinas en relación con el número de habitantes.

**Condiciones económicas:** Este proyecto está participando en la convocatoria nacional N° 30 del fondo emprender que está lanzando el SENA, para financiar iniciativas empresariales en general a cualquier sector económico, que provengan o sean desarrollados por aprendices, egresados, profesionales de pregrado y postgrado o que estén cursando especializaciones, maestrías y/o doctorados en instituciones reconocidas por el estado, de conformidad con las leyes 30 de 1992 y 115 de 1994.

Convocatoria abierta que tendrá su primera cita el próximo 22 de Octubre de 2013 para su revisión de viabilidad y posteriormente aprobación de recursos y de capital para llevar a cabo los proyectos, capital que será asignado bajo unas condiciones y puede ser aprobado hasta por el valor presupuestado del mismo.

Otras financiaciones serán con capital privado, ya este proyecto en borrador fue presentado a empresarios de la ciudad quienes se interesaron en esperar resultados definitivos del mismo en la universidad para revisarlo más ampliamente, son constructores quienes desean tener una especialidad en la línea de las piscinas dentro de su compañía.

Otras financiaciones es vender el proyecto a propietarios de almacenes de piscinas ya posesionados en el país, con la intención de ganar Good will en poco tiempo y a su vez re potencializar y actualizar sus métodos y procesos de ventas.

**La competencia:** Actualmente la competencia no implementa estrategias de mercado, se limitan a mantener el cliente que tienen, atendiendo sus solicitudes sin ofrecerles ideas más productivas para ellos y más motivadoras que le estimulen comprar y solicitar sus productos.

La competencia que no se coloque en la vanguardia de la tecnología se quedara con mínimas cantidades de clientes y negocios en un mercado retrogrado y antiguo.

Ellos se limitan a atender a sus clientes con necesidades diarias sin desarrollar variedad de productos y servicios complementarios.

Aun mantienen su misma estructura organizacional sin explotarla, para crear estrategias de mercado que le permitan aumentar sus ventas, el mercado esta

acostumbrado a este mecanismo comercial, sin valores agregados, sin estrategias diferenciadoras, con el mismo modelo en su piscina, sencillamente porque no hay quien le ofrezca una idea fresca y renovada.

No existe una competencia directa que ofrezca los productos y servicios como lo estamos planteando, la competencia sentirá la diferencia cuando entremos al mercado con todas nuestra fuerza, estrategias y nuevas ideas.

En Barranquilla se encuentran varias empresas que vamos a identificar su estilo de trabajo fortalezas y debilidades para saber con quién nos enfrentamos.

- **AQUATEC:** Empresa que se ha posesionado en la construcción de piscinas con las constructoras más grandes de la ciudad y con contratos de mantenimientos con las principales cajas compensaciones, clubes y centros recreacionales de la ciudad.

Fortaleza: Muy conocido en el mercado constructor y en el medio publico

Debilidades: No está en el mercado privado, clientes finales y nuevos proyectos, ha incumplido mucho en sus contratos.

- **TODO EN PISCINAS:** Empresa que se ha mantenido en el mercado por su propietario y sus buenas relaciones con constructoras más pequeñas, se mueve muy bien en la construcción de piscinas y publicidad.

Fortaleza: Su manera de negociar muy flexible y facilidad de pago ha permitido tener bueno negocios.

Debilidades: es famoso en el incumplimiento en sus obras y servicios.

- **COLL – AGUAS:** Es una de las empresas que ofrece más garantía y respaldo a sus clientes, se ha convertido en un mayorista de productos químicos, accesorios y equipos para piscinas, no es fuerte en la construcción.

Fortaleza: Bien ubicado al norte del ciudad, con buena infraestructura y tradición, se especializa mas en aguas en general que piscinas específicamente.

Debilidades: No pretende entrar más allá de lo que es en el mercado, solo comercializa por medio de su punto de venta.

- **PISCINAS ALEX HEYKE:** Tradición, toda la ciudad lo conoce,

**Fortaleza:** Lo buscan mas por facilidad y tradición que existe que por calidad en sus obras, productos y servicio.

**Debilidades:** Su servicio es pésimo, no tiene calidad de productos y en construcción de piscinas quedo con estilos anticuados.

**Fuerzas sociales y culturales:** La globalización nos ha permitido conocer una manera más amplia y fácil las costumbres mundiales, esto ha generado cambios en el colombiano, el cliente actualmente es más exigente, busca más calidad de vida que precios bajos, los productos son más asequibles y hay mas posibilidad de tener lo que siempre has soñado.

**Fuerzas Políticas y Jurídicas: Licencias.** La empresa deberá cumplir con todo lo que concierne a su apertura y su desempeño con lo siguiente:

- Ley 1209 del Ministerio de Ambiente  
Que la Ley 1209 de 2008, tiene por objeto “establecer las normas tendientes a brindar seguridad y adecuar las instalaciones de piscinas con el fin de evitar accidentes, problemas de salud y proteger la vida de los usuarios de estas, sin perjuicio de lo que dispongan otras normas que con carácter concurrente pueden serles de aplicación”.
- Software Contable
- Registro en Cámara de Comercio
- Registro Único Tributario (RUT)
- Diseño y construcción de piscinas con las pólizas correspondientes y aprobación de curaduría.

**Tecnología:** Esta empresa cuenta con tecnología de punta y actualizada tenemos una software especial para que cualquier persona pueda diseñar su propia piscina a su estilo, sin complicaciones y rápido.

#### **MICROAMBIENTE EXTERNO:**

**Mercado:** Su mercado actual es la ciudad de Barranquilla en las zonas donde hay más



piscinas en estrato 5 – 6 y en fincas, cabañas, clubes, centros recreacionales, hoteles, resort, que están a las afuera de la ciudad.

**Proveedores:** Sus principales proveedores en productos químicos, equipos y accesorios inicialmente son:

- Asequimicos
- Mundial Chemical
- Almacen el Ingeniero
- Atofina Cloro HTH
- Ferreteria Metropolis en materiales para la construcción de piscinas

Las transacciones que se producen con estos proveedores se dan mediante el crédito y pago de contado.

## **ANALISIS DOFA**

El ambiente externo está representado por las Oportunidades y las Amenazas o riesgos; el entorno interno considera el análisis de las Fortalezas y Debilidades.

### **Fortalezas**

- Tenemos más tecnología
- Excelente servicio al cliente
- Diseños innovadores
- Punto de venta interactivo

### **Oportunidades**

- El mercado de las piscinas en Barranquilla está muy descuidado.
- No ha ningún negocio de piscina en la mejor zona de influencia de este mercado.

- La competencia no renueva y se mantiene retrograda
- Hay quejas en general de servicio por parte del cliente.

### **Debilidades**

- Nuevo en el mercado
- Cero clientes
- No nos conocen como empresa de piscinas
- Falta de garantías
- Nivel de confianza mínima del cliente
- No ofreceremos financiaciones al inicio en productos
- Solo ventas de contado
- Relación mínima de record de obras
- Sin contratos privados y públicos
- Sin contratos de diseño y construcción de piscina

### **Amenazas**

- Ataque de precios y servicio de la competencia
- Compra a la competencia por experiencia y garantías
- Contratos a largo plazo con clientes no permite ventas adicionales

## **ANALISIS DEL MERCADO**

### **TENDENCIAS DEL MERCADO**

Actualmente a Barranquilla se están viniendo negocios de talla internacional y son fácilmente aceptados en el mercado, por ejemplo (PRICE MART), el estilo mundial de

conversar y tomarse un café en los puntos (JUAN VALDEZ) o restaurantes con alta calidad culinaria y precios altos que aun así tiene buena demanda, estos ejemplos son claros que el tipo de mercado que tiene Barranquilla es de alta calidad de vida, de disfrutar buenos momentos, espacios y para ello necesitan que ojala todo lo que buscan este a la altura.

En barranquilla existen aproximadamente 7 negocios que ofrecen estos productos y servicios para piscinas, pero ninguno a la altura que el cliente espera, termina el cliente haciendo lo que le toca y no lo que en realidad le gusta o le satisface, el cliente normalmente se queja de la calidad de atención, porque normalmente son personas que tienen cultura general por visitas a otros países donde ya ha evolucionado este mercado y esperan que acá en Barranquilla encuentren lo mismo.

Dentro del análisis del mercado tenemos planeado visitar otros países como panamá y estados unidos (Miami) para observar modalidades de negocios y nuevos estilos, diseños y proyectos de piscinas, tratando de encontrar y traer lo que los clientes quisieran tener en Barranquilla y la costa.

Este mercado actualmente su tendencia es de crecimiento rápido, este es el momento perfecto para colocar este plan de negocio en marcha, el cliente final lo necesita, el constructor lo necesita y la ciudad lo necesita.

## **SEGMENTO DE MERCADO:**

El segmento inicial que va dirigido **FULL POOL** son:

- Clientes finales que tienen su piscinas en sus casas, fincas, cabañas, llamadas piscinas privadas
- Posteriormente irá dirigido a las piscinas llamadas publicas que corresponden a las piscinas de edificios o conjuntos residenciales, colegios, centro recreacionales, cajas de compensación, hoteles, spa, entre otros
- Finalmente abordara las piscinas o contratos distritales o departamental, son las piscinas que se encuentran en clubes, fincas, batallones militares, entre otros sitios donde es necesario firmar un contrato con el gobierno correspondiente para poder vender un producto o servicio.

## **POLITICAS DE FIJACION DE PRECIOS**

**FULL POOL:** estipulara precios muy competitivos en productos de marcas reconocidas, donde buscaremos el apoyo promocional de nuestros proveedores para poder ofrecer descuentos atractivos al cliente.

En venta de servicios ya sea por mantenimiento, reparación, diseño y construcción de piscinas el cliente estará sujeto a las condiciones estipuladas en cada contrato por mutuo acuerdo.

## **OBJETIVOS DE MARKETING**

Los objetivos del Marketing tienen unas características particulares que se podrían resumir en los siguientes puntos:

- Aprovechar todos los datos e información obtenida de nuestra fuente para procesarla adecuadamente, convirtiendo esta en un producto de conocimiento valioso que nos permita posicionar nuestra empresa.
- Aclarar los conceptos del sistema de marketing y la funcionalidad de cada uno de ellos dentro del Plan Anual de Marketing.

- Aplicar el Plan de Marketing a FULL POOL con el fin de lograr un posicionamiento en la ciudad de Barranquilla.
- Lograr igualar la información proporcionada y la aplicación de nuestro bagaje de conocimiento adquirido en la especialización para realizar el plan de marketing de la empresa seleccionada, estudiando sus factores internos y externos.
- Explicar de forma eficaz, clara y entendible el siguiente plan de marketing de FULL POOL dando a conocer cuáles son los elementos que conforman su macro ambiente y microambiente.

## **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **MERCADO META:**

Capturar en la apertura e inauguración de **FULL POOL** la atención de clientes potenciales y sus relaciones, así como nuestras relaciones personales que pueden contribuir con el posicionamiento de nuestra compañía en la ciudad, personas con status, reconocidos, prospectos clientes y personalidades que puedan atraer prensa y podamos generar voz a voz o una noticia.

- Clientes finales que tienen su piscina en sus casas, fincas, cabañas, llamadas piscinas privadas, este tipo de clientes es el que más hay en Barranquilla y el atlántico, no hay una cantidad exacta que pueda determinarse, porque no hay una empresa que tenga ese dato, normalmente en la curaduría no regula las construcciones de piscinas específicamente, dentro de nuestra meta tenemos proyectados tener codificado en el sistema más de 100 clientes de este tipo de mercado en el primer mes de apertura.
- Posteriormente irá dirigido a las piscinas llamadas semi o publicas que corresponden a las piscinas de edificios o conjuntos residenciales, colegios, centro recreacionales, cajas de compensación, hoteles, spa, entre otros, este tipo de clientes lo dejamos como segunda opción para abordarlos, porque son clientes que normalmente exigen una financiación y para iniciar un negocio no es conveniente estas condiciones de pagos y además que desconocemos sus comportamientos de pagos, se

estima que hay más de 200 piscinas en este mercado y se aspira a tener codificada en nuestro sistema más 30 clientes en el primer mes de apertura.

- Finalmente se buscaran las piscinas con contratos distritales o departamental, son las piscinas que se encuentran en clubes, fincas, batallones militares, entre otros sitios donde es necesario firmar un contrato con el gobierno correspondiente para poder vender un producto o servicio, este tipo de cliente son más complejos y se manejaran mas por buenas relaciones interpersonales para no llegar tan débil delante la competencia, los contratos objetivos son:

1. ALCALDIA DE BARRANQUILLA: Contrato para el mantenimiento preventivo y correctivo de las piscinas que tiene las casas, cabañas y fincas del estado

2. GOBERNACION DEL ATLANTICO: Contrato para el mantenimiento preventivo y correctivo de las piscinas que tienen en los diferentes batallones militares, escuela de policía, fuerza aérea, casino y cabañas.

**Demanda de Mercado:** La población que tiene interés en nuestros productos y servicios, son todos los propietarios o administradores que tiene piscinas, tengan como proyecto tenerla o deseen tenerla.

## **DESCRIPCION DEL MERCADO OBJETIVO**

Características demográficas:

Nivel de Ingresos: Alto

## **ESTRATOS INGRESOS FAMILIARES**

- Alto 10 a 12 millones

**Nivel Socio-Económico:**

- Alto
- Medio Alto

**Sexo:** general

**Estado civil:** Cualquiera

**Ocupación:** diversa

**Características Psicográficas:**

**Estilo de Vida:** Nuestro producto y servicios están dirigidos a las personas con estilo, calidad de vida y proyección.

**Motivos de Compra:** Deseos de tener una piscina ya sea para diversión pública o privada o sea para fines sanatorios o de relajación, falta de químicos para el mantenimiento del agua de la piscina o cambio y mantenimiento de equipos y accesorios que mejoren el funcionamiento de la piscina.

**Necesidad:** Los productos y servicios de piscinas se convierten en primera necesidad, porque la limpieza y aplicación de productos químicos es diaria y su mantenimiento es netamente preventivo, de no ser así, se convierte en problema mucho más costoso y puede afectar a los bañistas y el público en general.

**Conocimiento del Producto:** Todos nuestros productos químicos están soportados con sus respectivas fichas técnicas y certificados de calidad, accesorios y equipos por sus manuales de usos, prevención y garantías.

**Características geográficas:**

**Región:** Esta ubicada en la región Caribe colombiana en el departamento del Atlántico.

**Urbana o Rural:** Urbana

**Características por comportamiento:**

- **Beneficios Deseados:** Calidad, satisfacción y status.
- **Tasa de Uso:** Los consumidores finales del producto o servicios son personas con una vida llena de compromisos y responsabilidades, que necesitan de una piscina para descansar o tratamientos de sanación y relajación.

**POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA: FULL POOL**

Generación de conceptos alternativos para llegar al posicionamiento:

Descripción de los niveles del producto:

- **Producto Esencial (Básico):** FULL POOL tiene una variedad de productos químicos considerados básicos, a continuación relaciono los principales
1. HIPOCLORITO DE CALCIO AL 70% conocido en el mercado como cloro en polvo para piscinas, es el producto principal para el mantenimiento del agua de la piscina.
  2. ACIDO MURIATICO se utiliza para estabilizar el PH del agua de la piscina
  3. SULFATO DE ALUMINIO TIPO A se utiliza como coagulante o floculante para darle transparencia al agua.
  4. ALUMBRE se utiliza como coagulante o floculante para darle transparencia al agua.
  5. ACIDO TRICLOROISOCIANURICO 91% conocido en el mercado como pastillas de cloro al 91%, se utilizan para mantener estabilizada el agua de la piscina, sobre todo piscinas con agua dura o de pozo profundo.



- **Productos esencial (Básico):** Accesorios para la limpieza de la piscina

1. CARRITO ASPIRADOR se utiliza para aspirar el fondo de la piscina
2. TUBO TELESCOPICO es un tubo que se conecta al carrito aspirador para llegar hasta lo profundo del agua de la piscina.
3. MANGUERA ASPIRADORA se conecta en el carrito aspirador como conexión a las tuberías para retirar la suciedad del fondo de la piscina
4. NASA se utiliza para retirar las suciedad que hay en la superficie del agua de la piscina
5. CEPILLO DE NAYLON se utiliza para limpiar las paredes, pisos y rompe olas de las piscinas
6. COMPARADOR DE PH Y CLORO se utiliza para revisar el nivel ideal del PH Y CLORO del agua de la piscina.

- **Productos esencial (Básico):** Equipos de filtración de la piscina

1. FILTRO se utiliza para filtrar el agua de la piscina
2. VALVULA MULTIPLE se utiliza para controlar los equipos de filtración de las piscinas
3. MOTO BOMBA se utiliza para bombear y recircular el agua en su proceso de filtración.
4. TRAMPA DE CABELLO se utiliza para evitar elementos que puedan ocasionar inconvenientes a la moto bomba.

- **Producto Formal:** Consideramos formal los servicios que le ofrecemos al cliente de mantenimiento, reparación, instalación, diseño y construcción de piscinas, que son formalizados bajo un contrato.

- **Producto Esperado:**

1. Valores agregado
2. Post venta
3. Garantía y respaldo
4. Calidad

- **Producto Aumentado:** Aquellos beneficios que proporcionamos a nuestros clientes por encima de lo que esperaban recibir por el pago realizado. Aquí encontramos:

1. Monitoreo permanente del trabajo realizado
2. Asesoría permanente después de un servicio
3. Asesoría para aplicación de químicos inicial

- **Producto Potencial:** Aquello que desarrollaremos o proponemos desarrollar en nuestro producto para hacerlo más ventajoso de los que ofrece la competencia indirecta. Tenemos por propuesta:

1. Un equipo aplicador automático de hipoclorito de calcio al 70%
2. Un software tecnológico donde el cliente puede diseñar su propia piscina de fácil acceso en solo 10 minutos.
3. Equipos de alarma digitales tecnológicas en las piscinas
4. Equipos de aspiración automáticos
5. Ventas por medio de la pagina web, atención al cliente por video conferencia y chat.

## **CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:**

### **NIVEL ACTUAL: INTRODUCCION**

**ESTRATEGIA TOTAL ACTUAL:** Apertura - Penetración del mercado-desarrollo del mercado.

**ESTRATEGIA PROPUESTA:** Posicionamiento.

Esquema del ciclo de vida del producto y las estrategias utilizadas en cada periodo del mismo:

**Características** Introducción Crecimiento Madurez

**Estrategia total**

- Apertura
- Penetración del mercado.
- Desarrollo del mercado
- Posicionamiento

**Costos:** Estables Ligeramente altos

**Estrategia de Producto**

- Indiferenciada
- Mejoramiento del servicio.
- Diferenciada.

**Estrategia de asignación de Precios**

Se estipularan precios muy competitivos en productos de marcas reconocidas, donde buscaremos el apoyo promocional de nuestros proveedores para poder ofrecer descuentos atractivos al cliente.

Se armaran kit de productos y accesorios de limpiezas para piscinas con la finalidad que el cliente obtenga mejor precio y nosotros aseguremos mejores ventas en todos nuestros productos.

En venta de servicios ya sea por mantenimiento, reparación o diseño y construcción de piscinas se solicitara al cliente el 50% anticipado en el otro 50% al entregar el servicio o en su defecto lo estipulado en el contrato.

El cliente estará sujeto a las condiciones estipuladas en cada contrato.

### **Estrategia de distribución**

Tendremos 3 asesores especializados en productos, equipos, accesorios, diseño y construcción de piscinas, jóvenes, dinámicos, con ideas frescas, motivadores de proyectos, con la capacidad de resolver cualquier clase de problemas y que además serán nuestros vendedores. Asesores externos que abordaran a los clientes divididos en 3 segmentos de mercado

- INSTITUCIONAL: Constructoras, Clubes, Colegios, Hoteles, centro recreacionales.
- PRIVADOS: Casas, cabañas, fincas, Edificios y Conjunto residenciales.
- CONTRATOS: Gobernación, Alcaldía, cajas de compensación, fuerzas militares.

Tendremos un punto de venta muy fresco, interactivo, con exhibiciones muy simples pero a la vez efectiva, nada recargado, con productos suplementarios, que lleguen los clientes a buscar un productos y se lleven 5. Un punto de venta donde el cliente se sienta agradable con un excelente servicio y donde le den ganas de innovar.

### **Estrategia de Promoción**

Dentro de las estrategias de promoción tenemos

1. Descuentos por escala a mayor compra mayor descuento en todos los productos

2. Capacitaciones gratis a los piscineros por mayor periodicidad de compras y fidelización del cliente
3. Obsequios de productos en pequeñas presentaciones por compras superiores
4. En diseño y construcción de piscinas dentro del contrato obsequiamos un año gratis en mantenimiento preventivo de agua y de equipo.

## **IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO**

Cada empresa destaca aquellas diferencias que más atraen a su mercado meta y establece una estrategia de posicionamiento localizada, que se llamará sencillamente posicionamiento y que se define como sigue:

El posicionamiento consiste en diseñar la oferta de la empresa de modo que ocupe un lugar claro y apreciado en la mente de los consumidores meta.

En el posicionamiento, la empresa debe decidir cuántas y cuales diferencias destacar entre los clientes meta. La ventaja de resolver el problema de posicionamiento es que le permite a la empresa resolver los problemas de la mezcla de mercadotecnia. Al buscar una estrategia de posicionamiento.

## **10. MARKETING MIX**

### **PRODUCTO**

Como se mencionó conceptuamos como producto a la marca FULL POOL  
FULL POOL distribuirá las siguientes líneas de productos

- Productos químicos
- Accesorios
- Equipos

#### **Objetivos:**

1. Distribuir productos importados y nacionales de alta calidad brindándole al cliente siempre el mejor respaldo y garantías
2. Innovando permanentemente nuestras líneas de productos manteniéndonos en la vanguardia de la tecnología y sus tendencias.
3. Mantener nuestros productos con precios competitivos y asequibles para los clientes con el objetivo de encontrar fidelidad en ellos.

### **MARCA – NOMBRE: FULL POOL**

Una empresa con un nombre corte y preciso que genera facilidad y recordación y además fácil interpretación en el mercado de las piscinas de Barranquilla, que busca significar que todo lo relacionado con las piscinas lo vas a encontrar en solo lugar.

## SÍMBOLO Y LOGOTIPO:



**SLOGAN:** Expertos en Piscinas

## AFICHES EJEMPLO DE VALLAS PUBLICITARIAS



**COLORES:** Azules claros, marinos, océanos, blancos

**EMPACADO:** Nuestro empaque son los originales de los productos que vamos a comercializar de marcas reconocidas a nivel mundial, para generar confianza e intención de compra a los clientes.

## **PRECIO:**

FULL POOL: estipulara precios muy competitivos en productos de marcas reconocidas, donde buscaremos el apoyo promocional de nuestros proveedores para poder ofrecer descuentos atractivos al cliente.

En venta de servicios ya sea por mantenimiento, reparación, diseño y construcción de piscinas el cliente estará sujeto a las condiciones estipuladas en cada contrato por mutuo acuerdo

### **a) Objetivos del precio:**

- Supervivencia
- Participación máxima de mercado
- Captura máxima del segmento superior del mercado
- Liderazgo en calidad de productos.
- Evitar una guerra de precios.

### **b) Estrategia del precio**


Se estipularan precios muy competitivos en productos de marcas reconocidas, donde buscaremos el apoyo promocional de nuestros proveedores para poder ofrecer descuentos atractivos al cliente.

Se armaran kit de productos y accesorios de limpiezas para piscinas con la finalidad que el cliente obtenga mejor precio y nosotros aseguremos mejores ventas en todos nuestros productos.



En venta de servicios ya sea por mantenimiento, reparación o diseño y construcción de piscinas se solicitara al cliente el 50% anticipado en el otro 50% al entregar el servicio o en su defecto lo estipulado en el contrato.

## ESTRUCTURA DE PRECIOS

				
LISTA DE PRECIOS FULL POOL				
ACCESORIOS PARA LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE PISCINAS Y JACUZZIS				
REFERENCIA	COSTO	% RENTABILIDAD	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Alarma para piscinas semi-sumergible exigida por ley 1209	400.000	30%	120.000	520.000
Carro aspirador para fuentes y jacuzzis	20.000	30%	6.000	26.000
Carro aspirador 8 ruedas estandar	21.500	30%	6.450	27.950
Carro aspirador 8 ruedas de lujo color negro mango metalico	34.500	30%	10.350	44.850
Carro aspirador 4 ruedas 45 cm en aluminio	43.500	30%	13.050	56.550
Cepillo de acero 10" azul	17.250	30%	5.175	22.425
Cepillo de acero 10" azul con refuerzo en aluminio	24.500	30%	7.350	31.850
Cepillo de acero 18" azul con refuerzo en aluminio	40.000	30%	12.000	52.000
Cepillo nylon con refuerzo en aluminio 18" azul	15.450	30%	4.635	20.085
Cepillo nylon estándar de 18" azul Super económico	5.000	30%	1.500	6.500
Cepillo estándar	1.400	30%	420	1.820
Dispensador de cloro flotante para 1 1/2 pastillas	5.450	30%	1.635	7.085
Dispensador de cloro flotante para 3 pastillas	8.500	30%	2.550	11.050
Gancho azul importado para rescate exigido por la ley 1209	40.000	30%	12.000	52.000
Juego de ruedas para carro aspirador (4 piezas)	5.500	30%	1.650	7.150
Juego de ruedas para carro aspirador de lujo (4 piezas)	10.400	30%	3.120	13.520
Kit comparador para prueba de Ph y cloro	9.450	30%	2.835	12.285
Malla de repuesto para carro aspirador de jacuzzi	2.850	30%	855	3.705
Mango telescópico de 2 x 2 mts azul	23.500	30%	7.050	30.550
Mango telescópico de 2 x 2.5 mts azul	33.500	30%	10.050	43.550
Manguera para piscinas 11 mts Super económica	38.300	30%	11.490	49.790
Manguera para piscinas 11 mts Tipo Americana	56.000	30%	16.800	72.800
Manguera para piscinas 15 mts Super económica	51.500	30%	15.450	66.950
Nasa estándar con Imán	7.000	30%	2.100	9.100
Nasa tipo Americana	12.000	30%	3.600	15.600
Nasa tipo bolsa para profundidad	8.900	30%	2.670	11.570
Ortotoluidina R sln 0.1% x 20 ml	1.550	30%	465	2.015
Repuesto kit de Ph - Rojo fenol x 20ml	1.550	30%	465	2.015
Repuesto mango para carro aspirador	3.000	30%	900	3.900
Repuesto PIN en V para nasa y carro aspirador	500	30%	150	650
Terminal manguera	4.350	30%	1.305	5.655
Termómetro con motivos de animales - unidad de empaque sellada	5.000	30%	1.500	6.500
Termómetro de lujo con cuerda - unidad de empaque sellada	4.000	30%	1.200	5.200

ACCESORIOS PARA CONTRUCCIÓN DE PISCINAS Y JACUZZIS				
Acople de manguera SP-1493	13.800	30%	4.140	17.940
Acople de manguera estandar	5.000	30%	1.500	6.500
Araña 1.5" para filtros de arena 18"-24"	50.000	30%	15.000	65.000
Araña de 2" para filtros de arena 24"-30"	55.000	30%	16.500	71.500
Boquilla de inyección 3/4"	5.500	30%	1.650	7.150
Boquilla de inyección 3/8"	5.500	30%	1.650	7.150
Boquilla de inyección completa con caucho azul	21.500	30%	6.450	27.950
Boquilla succión SP-1022	5.500	30%	1.650	7.150
Boquilla succión jacuzzi SP-1428	18.000	30%	5.400	23.400
Botón neumático	15.000	30%	4.500	19.500
Canastilla para desnatador de diametro 16 centrimetros	8.500	30%	2.550	11.050
Cartucho para filtro C-500	80.000	30%	24.000	104.000
Clorinador en línea Tipo Americano 9 Lb	110.000	30%	33.000	143.000
Clorinador en línea estandar 4.2Lb	60.000	30%	18.000	78.000
Embolo/Derivador de flujo para válvula multiport AAA	31.000	30%	9.300	40.300
Empaque de araña para válvula multiport AAA	8.500	30%	2.550	11.050
Escalera acero inoxidable 3 peldaños	295.000	30%	88.500	383.500
Filtro de arena con válvula multiport 21" AAA	460.000	30%	138.000	598.000
Filtro de arena con válvula multiport 24" Splash	500.000	30%	150.000	650.000
Filtro de arena con válvula multiport 30" AAA	770.000	30%	231.000	1.001.000
Filtro para jacuzzi C-500	350.000	30%	105.000	455.000
Hidrojet 1.5" x 1.5"	21.000	30%	6.300	27.300
Llave para drenaje de filtro de arena	25.000	30%	7.500	32.500
Manguera flexible PVC 1" rollo 45 MTS	255.000	30%	76.500	331.500
Manguera flexible PVC 1.5" rollo 30 MTS	240.000	30%	72.000	312.000
Manija para válvula multiport AAA	16.500	30%	4.950	21.450
Manómetro	14.000	30%	4.200	18.200
Reflector 100W 12V con tapas de color	250.000	30%	75.000	325.000
Reflector 100W 12V LED de color	320.000	30%	96.000	416.000
Reflector 300W 12V luz blanca	195.000	30%	58.500	253.500
Reflector 300W 12V LED de color	415.000	30%	124.500	539.500
Regulador de aire - gris	10.000	30%	3.000	13.000
Rejilla de fondo 8" SP-1030	20.000	30%	6.000	26.000
Rejilla de fondo con pozuelo SP-1038	27.000	30%	8.100	35.100
Rejilla de fondo cuadrada 12" x 12"	90.000	30%	27.000	117.000
Rejilla de fondo cuadrada 9" x 9"	48.000	30%	14.400	62.400
T de blower 1"	9.000	30%	2.700	11.700
Tapa para desnatador	14.500	30%	4.350	18.850
Tapa para válvula multiport AAA	25.000	30%	7.500	32.500
Transformador 100W 12 V corriente alterna - Marca Laser	60.000	30%	18.000	78.000
Transformador 300W 12 V corriente alterna - Marca Laser	95.000	30%	28.500	123.500
Tubo para válvula multiport de 1.5" AAA	20.000	30%	6.000	26.000
Tubo para válvula multiport de 2" AAA	25.000	30%	7.500	32.500
Válvula de alivio para filtro de arena	35.000	30%	10.500	45.500
Válvula multiport 1.5" AAA	105.000	30%	31.500	136.500
Válvula multiport 2" AAA	135.000	30%	40.500	175.500
Visor plástico de 1.5"	8.500	30%	2.550	11.050
Visor plástico de 2"	8.500	30%	2.550	11.050

PRODUCTOS QUIMICOS PARA MANTENIMIENTO DE PISCINAS Y JACUZZIS				
Cloro Granulado HTH Americano al 70%	450000	30%	135.000	585.000
Cloro Granulado CCH Americano al 70% (Linea económica)	350000	30%	105.000	455.000
Cloro Granulado HTH Americano al 70% x Kg	10800	30%	3.240	14.040
Cloro en pastilla al 91% (5 Pastillas)	12000	30%	3.600	15.600
Sulfato de Aluminio Tipo A	2500	30%	750	3.250
Alumbre Granulado	2100	30%	630	2.730
Acido Muriatico Galon x 4 Lt	11000	30%	3.300	14.300
Algicida Control de Algas Galon x 4 Lt	11000	30%	3.300	14.300
Soda Caustica Liquida 1 Lt	2200	30%	660	2.860
Soda Caustica Perla Kg	1500	30%	450	1.950
Acido Nitrico Galon x 4 Lt	11000	30%	3.300	14.300
DISEÑO Y CONSTRUCCION DE PISCINAS Y JACUZZIS				
METRO CUBICO	900000	10%	90.000	990.000
MANTENIMIENTO PREVENTIVO - CORRECTIVO - PERMANENTE PISCINAS Y JACUZZIS				
PREVENTIVO EQUIPOS	80000	80%	64.000	144.000
PREVENTIVO AGUA AGUA	30000	80%	24.000	54.000
CORRECTIVO EQUIPOS	150000	60%	90.000	240.000
CORRECTIVO AGUA	60000	60%	36.000	96.000
PERMANENTE MENSUAL	250000	80%	200.000	450.000

## PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

### TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El productor o fabricante del local vende el producto directamente al consumidor sin intermediarios. Nosotros mismos ofrecemos y promocionamos los productos directamente con el consumidor para acordar en los detalles y características que el consumidor desea que tenga el producto que va a adquirir.

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA.

#### TIPO DE DISTRIBUCIÓN

Tendremos 3 asesores especializados en productos, equipos, accesorios, diseño y construcción de piscinas, jóvenes, dinámicos, con ideas frescas, motivadores de proyectos, con la capacidad de resolver cualquier clase de problemas y que además

serán nuestros vendedores. Asesores externos que abordaran a los clientes divididos en 3 segmentos de mercado

- INSTITUCIONAL: Constructoras, Clubes, Colegios, Hoteles, centro recreacionales.
- PRIVADOS: Casas, cabañas, fincas, Edificios y Conjunto residenciales.
- CONTRATOS: Gobernación, Alcaldía, cajas de compensación, fuerzas militares.

Tendremos un punto de venta muy fresco, interactivo, con exhibiciones muy simples pero a la vez efectiva, nada recargado, con productos suplementarios, que lleguen los clientes a buscar un productos y se lleven 5. Un punto de venta donde el cliente se sienta agradable con un excelente servicio y donde le den ganas de innovar

## **PROMOCIÓN**

### **MEZCLA DE PROMOCION:**

#### **Comunicación Marketing Directo:**

- Correo electrónico: se enviaran todos días e ´mail con noticias y promociones al cliente por medio del marketing viral

Redes Sociales por community Manager

- Se creó una cuenta Twitter que se denomina @FULLPOOLCOL (Ver anexos) para generar interacciones con los clientes y diferentes medios, se enviaran noticias, videos, fotos, actualidades, diseños, entre otros ganchos por medio de un link, que al hacer click los enviara directamente a nuestra página web, obteniendo un objetivo preciso, que conozcan todo nuestro portafolio de productos y servicios. Actualmente esta cuenta twitter tiene más de 19 seguidores y Mas de 65 tweets que genera a diario noticias de interés de las piscinas.

- Se va a crear una Fans Page con el perfil de FULL POOL donde encontrara promociones y noticias permanentes de las piscinas, la idea fundamental es buscar muchos me gustas y expandir nuestro perfil, interactuando con nuestros clientes de manera dinámica con todo lo referente a las piscinas y lo que se impone en diseños y tendencias.
- Se va crear un pagina web [www.fullpoolcol.com](http://www.fullpoolcol.com) donde los clientes pueden encontrar todo nuestro portafolio de productos y servicios, noticias, información de interés, quienes somos, fotos, videos de piscinas, nuevos diseños y tendencias, además de un programa muy práctico donde el mismo cliente puede diseñar su piscina, tele mercadeo o tele ventas por medio de video llamadas y chat, una asesora se mantendrá en contacto con el cliente para todo lo que necesite.

### **Comunicación de marketing indirecto**

Dentro de las estrategias de promoción tenemos

1. Descuentos por escala a mayor compra mayor descuento, esto se va aplicar de acuerdo a las promociones que nos brinde como apoyo nuestros proveedores
2. Capacitaciones gratis a los piscineros por mayor periodicidad de compras y fidelización del cliente
3. Obsequios de productos en pequeñas presentaciones por compras superiores
4. En diseño y construcción de piscinas dentro del contrato obsequiamos un año gratis en mantenimiento preventivo de agua y de equipos.
5. Relaciones Publicas en el lanzamiento y apertura de FULL POOL se invitaran aproximadamente 100 personas, la idea es que 30 de ellas sean reconocidas, como

políticos, empresarios, constructores, entre otros, con el objetivo de empezar con buenas relaciones interpersonales que nos puedan brindar su apoyo con referidos y a la iniciar en un buen nivel socio económico y status.

## **DECISIONES PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y MARKETING**

- Anunciaremos nuestra publicidad en el diario EL HERALDO en su revista Gente Caribe, donde nos harán una nota especial sobre el emprendimiento y apertura empresarial para el desarrollo de nuestra ciudad
  - ½ Pagina Policromía con un valor total de \$823.600
- Alianzas estratégicas con hoteles de la ciudad, distrito, departamento, centros recreacionales, cajas de compensación, clubes, entre otras empresas.
- 5.000 tarjetas de presentación con la marca y los números telefónicos.
  - Costo de tarjetas \$125.000
- Uniforme para personal interno y externo
  - Diseño y confección \$900.000
- Patrocinio, auspicios en eventos y ferias de la construcción
- Creación de una página web
  - Creación y diseño \$600.000
- Interrelación con redes sociales, creando una cuenta twitter y una fans page adquiriendo campañas con estas redes para que sean mucho más visitadas.
  - Comunity manager \$100.000
- Insertar en el e ´mail a los clientes exclusivos
- Anunciar en las páginas amarillas.

- Publicidad en las zonas con mayor tránsito de clientes con piscinas
  - Eucol (3) \$2.436.000 cada cara
  - Volantes (500) \$350.000
  - Pasacalles (4) \$1.000.000
- Generar una noticia por medio de una entrevista radial, tv y prensa, donde FULL POOL sea la empresa que puede hacer las recomendaciones precisas del tema.

## MERCHANSING

En la sala de ventas de FULL POOL se implementara un método de exhibición donde buscaremos la manera que el cliente encuentres todo lo que necesite para sus vacaciones, relajación, ocio, recreación, entre otros. Para esto solicitamos el apoyo de nuestros proveedores.

Ejemplo: abra exhibiciones y góndolas especiales de accesorios y prendas para baño y recreación de la marca SPEEDO donde se combina productos acuáticos deportivos para las piscinas y esta es el principal patrocinador de los campeones olímpicos



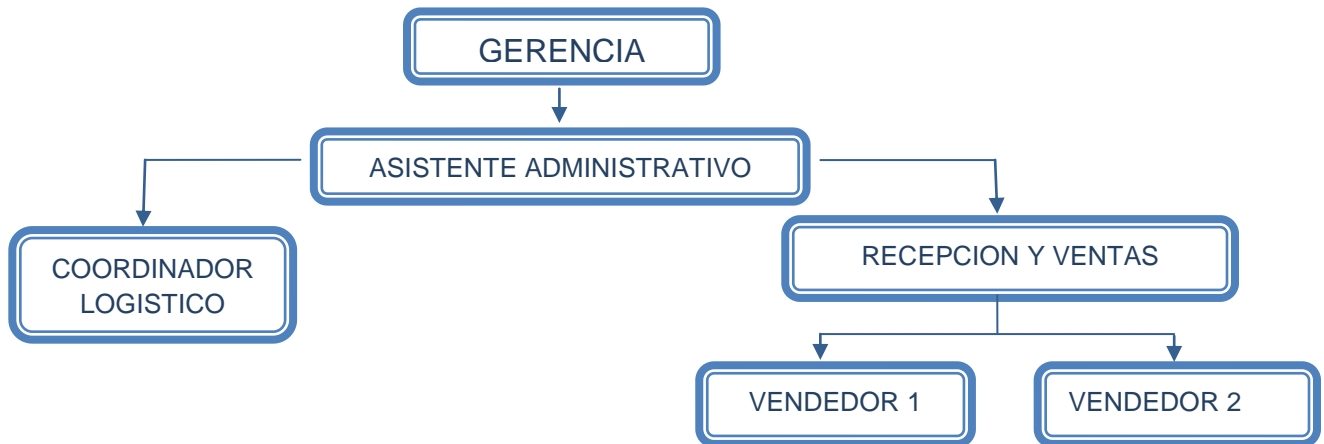
## **PERSONAL**

Contrataremos Personal joven dinámico con ideas frescas y capacidad de generar diseños innovadores, de presentar al cliente todas las alternativas para llegar a sus deseos, que tenga la facilidad de vender mucho más que productos a los clientes, que genere valor agregado en cada visita.



## Esquema organizacional

Nuestra empresa comienza con 6 empleos directos que se organiza de la siguiente manera:



## PROCESOS

Proceso de limpieza y aspiración de piscina

LA ASPIRACION DEBE SER LENTA PARA NO REVOLVER LA PISCINA Y DE ARRIBA HACIA ABAJO.

Después de cada aspiración es recomendable lavar la arena del filtro con los siguientes pasos:

- Apagar los equipos
- Colocar la válvula multiport en retro lavado
- Prender los equipos por 1 minuto
- Apagar los equipos
- Colocar la válvula multiport en rinse o enjuague
- Prender los equipos por 1 minuto
- Apagar y colocar la válvula multiport en filtrar para seguir con el próximo paso

### PASÓ 3 (Proceso de filtración)

- Apagar los equipos, abrir todas las llaves de los tubos (rejilla de fondo, inyección, aspiradora y desnatadora) y deje filtrar la piscina mínimo 6 horas diarias y máximo 8 horas.
- Cuando hay presencia de bañistas después de 6 horas de filtración es recomendable volver a prender los equipos para darle filtración a los fluidos dejados en el agua por los bañistas. (2 Horas).
- Diariamente hay que medir el PH de la piscina para llevar un control y mantener estabilizada la piscina, recuerden que el parámetro ideal del PH en la piscina debe ser entre 7.2 y 7.6. PPMM
- Si el PH es menos que 7.2 aplicar pequeñas porciones de soda cáustica hasta llegar al ideal.
- Si el PH es mayor al 7.6 aplicar ácido nítrico o muriático en pequeñas cantidades hasta llegar al ideal.

### PASO 4

Aplicar algicida líquido color azul medio galón en un balde con agua revolver alrededor de toda la piscina, este procedimiento debe hacerse semanalmente para prevenir algas y mohos (verdín).

Si usted tiene en cuenta este procedimiento preventivo en su piscina evita sobre costos en trabajos correctivos que normalmente salen más costosos y a la vez obtiene más calidad de vida por su buen tratamiento evitando contagios e infecciones entre los bañistas.

Proceso por uso y aplicación de productos

Descripción de los niveles del producto:

- **Producto Esencial (Básico):** FULL POOL tiene una variedad de productos químicos considerados básicos, a continuación relaciono los principales

6. HIPOCLORITO DE CALCIO AL 70% conocido en el mercado como cloro en polvo para piscinas, es el producto principal para el mantenimiento del agua de la piscina.
7. ACIDO MURIATICO se utiliza para estabilizar el PH del agua de la piscina
8. SULFATO DE ALUMINIO TIPO A se utiliza como coagulante o floculante para darle transparencia al agua.
9. ALUMBRE se utiliza como coagulante o floculante para darle transparencia al agua.
10. ACIDO TRICLOROISOCIANURICO 91% conocido en el mercado como pastillas de cloro al 91%, se utilizan para mantener estabilizada el agua de la piscina, sobre todo piscinas con agua dura o de pozo profundo.

- **Productos esencial (Básico):** Accesorios para la limpieza de la piscina

7. CARRITO ASPIRADOR se utiliza para aspirar el fondo de la piscina
8. TUBO TELESCOPICO es un tubo que se conecta al carrito aspirador para llegar hasta lo profundo del agua de la piscina.
9. MANGUERA ASPIRADORA se conecta en el carrito aspirador como conexión a las tuberías para retirar la suciedad del fondo de la piscina
10. NASA se utiliza para retirar la suciedad que hay en la superficie del agua de la piscina
11. CEPILLO DE NAYLON se utiliza para limpiar las paredes, pisos y rompe olas de las piscinas
12. COMPARADOR DE PH Y CLORO se utiliza para revisar el nivel ideal del PH Y CLORO del agua de la piscina.

- **Productos esencial (Básico):** Equipos de filtración de la piscina

5. FILTRO se utiliza para filtrar el agua de la piscina
6. VALVULA MULTIPLE se utiliza para controlar los equipos de filtración de las piscinas
7. MOTO BOMBA se utiliza para bombear y recircular el agua en su proceso de filtración.
8. TRAMPA DE CABELLO se utiliza para evitar elementos que puedan ocasionar inconvenientes a la moto bomba.

- **Producto Formal:** Consideramos formal los servicios que le ofrecemos al cliente de mantenimiento, reparación, instalación, diseño y construcción de piscinas, que son formalizados bajo un contrato.

- **Producto Esperado:**

5. Valores agregado
6. Post venta
7. Garantía y respaldo
8. Calidad

Proceso de diseño y construcción de piscina

### **PISCINA (Diseño y Construcción)**

- ESCAVACION (10 Mts Largo x 8 Mts de Ancho x 1.40 Profundidad plana)
- REVISION TECNICA DE TERRENO
- ESTRUCTURA EN HIERRO
- VACIADO EN CONCRETO
- ENCHAPE
- ROMPE OLAS ANTIDESLIZANTES
- ZONA DURA ALREDEDORES DE LA PISCINA
- CUARTO DE MAQUINAS (Con equipos de filtración incluidos e instalados)

- INSTALACION HIDRAULICA DE TUBERIAS
- INSTALACION DE EQUIPOS DE FILTRACION
- INSTALACION DE ACCESORIOS DE LA PISCINA
- INSTALACION ELECTRICA
- DUCHAS

#### **1. JACUZI (Diseño y Construcción a todo costo)**

- REVISION TECNICA DE TERRENO
- ESTRUCTURA EN HIERRO
- VACIADO EN CONCRETO
- ENCHAPE
- ROMPE OLAS
- ZONA DURA ALREDEDORES DE LA PISCINA
- INSTALACION HIDRAULICA DE TUBERIAS
- INSTALACION DE EQUIPOS DE FILTRACION
- INSTALACION DE ACCESORIOS DEL JACUZZI
- INSTALACION ELECTRICA
- BLOWER 2"

#### **PRESENTACION**

FULL POOL se presenta como una marca empresarial con colores adecuados a su actividad principal, colores claros, azules, marinos, océanos que representen tranquilidad, frescura, recreación, vacaciones, relajación, entre otros. Como una empresa innovadora y con tendencias internacionales que le brindara al cliente mejores alternativas para su piscina.



## DECISIONES SOBRE LOS TIEMPOS DE LOS MEDIOS

Como somos una empresa en posicionamiento es importante dar una publicidad por el patrón de temporada de vacaciones, sobre todo entre el mes de diciembre y enero que es donde se utilizan más las piscinas y aumenta el número de bañistas. También usar el patrón de publicidad continua.

## CRONOGRAMA

A fin de asegurar el normal desenvolvimiento de cada una de las actividades planteadas en el presente plan de Marketing, hemos de presentar un cronograma de realización de actividades a lo largo del periodo de vigencia de este Plan (un año).

A continuación se detallan las fechas específicas propuestas para cada una de ellas:

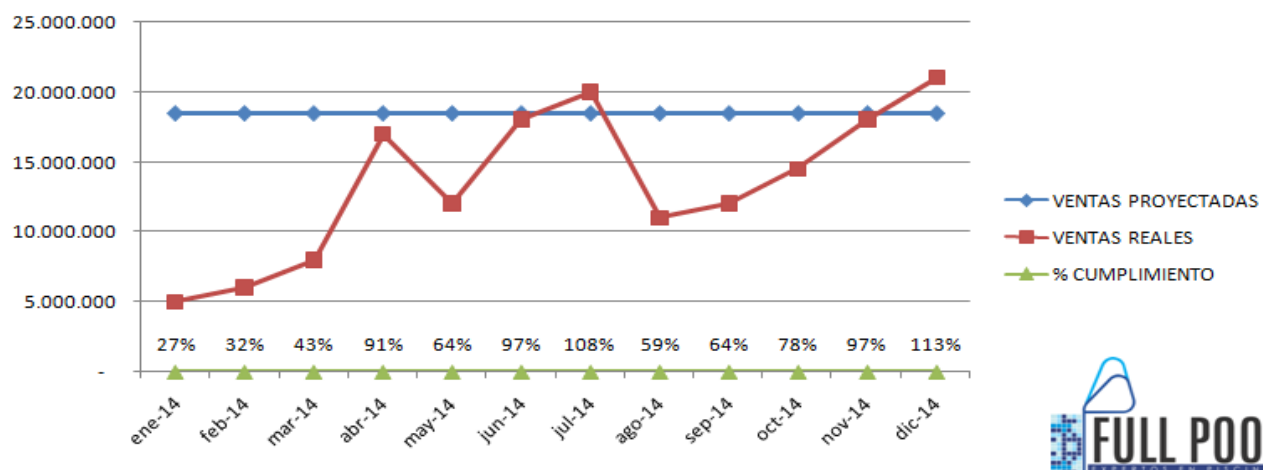
- Inauguración y apertura de **FULL POOL** con invitados especiales y reconocidos de la ciudad para generar noticia y de una vez encaminar nuestro negocio hacia

nuestro mercado objetivo, será un show con coctel de bienvenida, bebidas y picadas, amenizado con música en vivo y presentación formal del proyecto, tendrá presencia de noticias regionales, prensa y radio.

- Publicidad en puntos estratégicos de la ciudad, donde se mueva el tránsito turístico
- Su apertura se hará en temporada de vacaciones, preferiblemente de fin y comienzo de año.
- Cursos rápidos de conocimientos técnicos físico – químicos de las piscinas cada 2 meses a piscineros, administradores de piscinas, personal técnico, entre otros.

## PRESUPUESTO

<b>PROYECCION DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>VENTAS REALES</b>	<b>% CUMPLIMIENTO</b>
ene-14	18.495.198	5.000.000	27,03%
feb-14	18.495.198	6.000.000	32,44%
mar-14	18.495.198	8.000.000	43,25%
abr-14	18.495.198	17.000.000	91,92%
may-14	18.495.198	12.000.000	64,88%
jun-14	18.495.198	18.000.000	97,32%
jul-14	18.495.198	20.000.000	108,14%
ago-14	18.495.198	11.000.000	59,47%
sep-14	18.495.198	12.000.000	64,88%
oct-14	18.495.198	14.500.000	78,40%
nov-14	18.495.198	18.000.000	97,32%
dic-14	18.495.198	21.000.000	113,54%
<b>TOTAL</b>	<b>221.942.376</b>	<b>162.500.000</b>	<b>73,22%</b>



### INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO FULL POOL



RECURSO HUMANO	Cantidad	Valor Unitario	Auxilio de transporte	Valor Total
RECEPCION Y SALA DE VENTAS	1	589.500	70.500	660.000
COORDINADOR LOGISTICO	1	589.500	70.500	660.000
GERENTE COMERCIAL	1	1.200.000	70.500	1.270.500
ASESOR EXTERNO 1	1	800.000	70.500	870.500
ASESOR EXTERNO 2	1	800.000	70.500	870.500
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1	800.000	70.500	870.500
<b>Total Salarios</b>	<b>6</b>			<b>5.202.000</b>
<b>Arriendos</b>				
Arriendo del Local	3 Meses			2.800.000
<b>Total Arriendo</b>				<b>8.400.000</b>
<b>Servicios Públicos</b>				
Luz		300.000		300.000
Agua		40.000		60.000
Teléfono + Internet		75.000		75.000
<b>Total Servicios Públicos</b>				<b>435.000</b>
<b>Tecnología</b>				
Pagina Web	1	600.000		600.000
Operador Celular	1	320.000		320.000
Comunity manager ( redes sociales)	1	100.000		100.000
Servidor de computadores	1	2.000.000		2.000.000
software administrativo	5	800.000		800.000
<b>Total Tecnología</b>				<b>3.820.000</b>



EQUIPOS DE OFICINA				
Computadores de escritorio	4	1.220.000		4.900.000
Portátil	2	1.500.000		3.000.000
Escritorios	3	2.100.000		2.100.000
Fax	1	150.000		150.000
Recepcion	1	1.200.000		1.200.000
Muebles sala de espera	1	600.000		600.000
Divisiones de oficina	4	100.000		400.000
Aire acondicionado	3	700.000		2.100.000
Artículos de cafetería	1	60.000		60.000
instalacion de servidores y sistema	1	1.100.000		1.100.000
Archivadores	1	500.000		500.000
Total Equipos				16.110.000
Publicidad y marketing				
Campaña de Publicidad	Inicial			5.634.600
Inaguracion y apertura del negocio				2.000.000
Sistemas mediaticos de comunicación				823.600
Total publicidad				8.458.200
COSTO INVENTARIO INICIAL				
COMPRA DE MERCANCIA				
				35.358.700
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCION EMPRESARIAL				
Registro Cámara de Comercio	1	188.000		188.000
Registro Público Mercantil	1	322.000		322.000
Proceso legales DIAN Registro Único Tributario ( RUT)	1	85.000		85.000
Matricula de Industria y Comercio	1	69.000		69.000
Servicios notariales		450.000		450.000
Total				1.114.000
TOTAL INVERSIÓN				78.897.900

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

FULL POOL			
ESTADO DE RESULTADOS			
DE ENERO 1 DE 2014 A DICIEMBRE 31 DE 2014			
<b>INGRESOS</b>			
Ventas de productos Proyectadas		221.942.370	
Proyeccion de diseños y construcción de piscinas		30.000.000	
Contratos de mantenimiento correctivo y preventivo		36.000.000	
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>287.942.370</b>
<b>COSTO DE VENTA</b>			
( - )Inventario Inicial		35.358.700	
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
( - ) Total Gastos		106.284.000	
( - ) Costos operacionales		64.440.900	
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>			206.083.600
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>			<b>81.858.770</b>
( + ) Ingresos no operacionales			-
( - ) Gastos no operacionales			-
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO</b>			<b>81.858.770</b>
( - ) Impuestos de renta y complementarios			27.013.394
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>54.845.376</b>
<b>FULL POOL</b>		<b>PLINIO LASPRILLA PUGLIESE</b>	
<b>NIT XXXXXXXXXX-3</b>		<b>Contador Público</b>	
		<b>T.P. 73.102 - T</b>	

## **FINANCIAMIENTO**

Este proyecto está participando en la convocatoria nacional N° 30 del fondo emprender que está lanzando el SENA, para financiar iniciativas empresariales en general a cualquier sector económico, que provengan o sean desarrollados por aprendices, egresados, profesionales de pregrado y postgrado o que estén cursando especializaciones, maestrías y/o doctorados en instituciones reconocidas por el estado, de conformidad con las leyes 30 de 1992 y 115 de 1994.

Convocatoria abierta que tendrá su primera cita el próximo 22 de agosto de 2013 para su revisión de viabilidad y posteriormente aprobación de recursos y de capital para llevar a cabo los proyectos, capital que será asignado bajo unas condiciones y puede ser aprobado hasta por el valor presupuestado del mismo, que es un monto aproximado de \$130.000.000

Otras financiaciones serán con capital privado, ya este proyecto en borrador fue presentado a empresarios de la ciudad quienes se interesaron en esperar resultados definitivos del mismo en la universidad para revisarlo más ampliamente, son constructores quienes desean tener una especialidad en la línea de las piscinas dentro de su compañía.

Otras financiaciones es vender el proyecto a propietarios de almacenes de piscinas ya posesionados en el país, con la intención de ganar Good will en poco tiempo y a su vez re potencializar y actualizar sus métodos y procesos de ventas.

## 11. GLOSARIO DE TÉRMINOS SOBRE MARKETING Y VENTAS.

- **Accesibilidad** Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.
- **Acercamiento** Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.
- **Actitud** Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.
- **Adaptación del producto** Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseos de los mercados extranjeros..
- **Adopción** La decisión de un individuo de convertirse en usuario regular de un producto
- **Estrategias centrada en los consumidores** Estrategia de promoción que implica gastar mucho dinero en publicidad y en promoción entre los consumidores para construir la demanda, si tiene éxito, los consumidores pedirán el producto a los vendedores al menudeo, éstos a los mayoristas y éstos a los productores.
- **Estrategias de extensión de marca** Estrategia según la cual se lanza un producto nuevo modificado con una marca que ya ha sido probada exitosamente.
- **Estrategia de mercadotecnia** Lógica de comercialización en virtud de la cual una empresa espera lograr sus objetivos de mercadotecnia. La estrategia consta de estrategias específicas de mercados meta, mezcla de mercadotecnia y nivel de gastos de mercadeo.
- **Fijación de precios de la línea de productos** Fijación de las etapas de precios entre varios productos de una línea basándose en las diferencias del costo entre ellos, la evaluación de las diferentes características por los clientes y por precios de los competidores.
- **Fijación de precios de productos accesorios** Determinación de precios de productos accesorios a fin de hacer más competitivo el precio del producto principal.
- **Investigación de mercado** Función que vincula al consumidor, al cliente o al público con el mercadólogo a través de la información. Esta información se emplea

para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercado; para generar, mejorar y evaluar las acciones de mercado; para supervisar el desempeño de mercadeo, o para mejorar la comprensión del proceso de mercadotecnia.

- **Posicionamiento del producto** Forma en que los consumidores definen los atributos importantes de un producto; lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores respecto de productos competitivos.
- **Posicionamiento en el mercado** Medidas que se toman para que un producto ocupe en las mentes de los consumidores objetivo un sitio definido, singular y deseable con respecto los productos de la competencia. Se trata de formular un posicionamiento competitivo del producto, y una mezcla de mercadotecnia detallada.
- **Precio** Cantidad de dinero pedida a cambio de un producto o servicio o suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio.
- **Publicidad** Cualquier forma remunerada de presentación no personal y con promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- **Publicidad recordatoria** Publicidad utilizada para mantener un producto en la mente de los consumidores.
- **Segmentación de mercado** Proceso de clasificación de clientes en grupos con distintas necesidades, características o comportamientos. Se divide un mercado en grupos de consumidores bien definidos que acaso requieran productos o mezclas de mercadotecnia distintas.
- **Calidad del producto** Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.
- **Canal de distribución (canal de mercadotecnia)** Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial
- **Definición de la misión** Declaración del propósito general de la organización, esto es lo que la misma desea lograr en el contexto global.
- **Desarrollo de nuevos productos** Desarrollo de productos originales, mejoras en un nuevo producto o modificaciones en el mismo, y nuevas marcas desarrolladas por la

sección de investigación y desarrollo de la propia compañía. **Desarrollo del mercado** Estrategia de crecimiento de una compañía por la identificación y desarrollo de nuevos segmentos del mercado para productos que la compañía tiene en ese momento.

- **Desarrollo del producto** Estrategia de crecimiento de una compañía ofreciendo productos modificados o nuevos a los mismos segmentos del mercado; desarrollo del concepto del producto en un producto físico para garantizar que la idea puede convertirse en un producto viable.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

Diseño y Publicidad, Jorge Naranjo

Diseño Web y tecnología Brian Orozco

Formato plan de mercadeo Anuar Vargas

Ley que regula los sistemas de seguridad en las piscinas de Colombia  
[www.secretariasenado.gov.co/senado/.../ley/2008/ley\\_1209\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/.../ley/2008/ley_1209_2008.html)

Teoría metodológica y plan de mercadeo Maikor Altamar de Hoyos

**ANEXOS**